

学校编码: 10384

学 号: 17920061151625



分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

我国商业银行个人理财产品现状与发展策略

Present Situation and Development Strategy of the Personal

Financial Products in Domestic Commercial Banks

俞 芳

指导教师姓名: 洪锡熙 教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交时间: 2009 年 4 月

论文答辩日期: 2009 年 6 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席\_\_\_\_\_

评 阅 人\_\_\_\_\_

2009 年 4 月

我国商业银行个人理财产品现状与发展策略

俞芳

指导教师: 洪锡熙 教授

厦门大学

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

- ☐ 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于     年     月     日解密，解密后适用上述授权。
- ☐ 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年     月     日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 内容摘要

随着社会经济的高速发展，国内居民财富得到迅猛增长，具体表现在居民银行存款与居民消费指数的持续提高。而同时国内居民也逐渐接受理财的观念，希望通过多种投资组合使资产得到增值。在这种情况下，国内商业银行被人们赋予更多期望，更多的居民希望通过银行的理财产品实现资产的增值。而个人理财业务作为银行中间业务的利润增长点，也成为各商业银行发展的重点。我国商业银行必须认真分析国内商业银行在个人理财产品设计与营销上的不足，吸取国外商业银行个人理财产品发展的经验与教训，运用先进的理财产品设计与营销方法，提高银行在个人理财业务上的竞争力。

本文共分为五章。第一章是对选题背景与意义的说明，针对我国商业银行个人理财产品的存在问题进行了剖析，同时介绍了国内外个人理财业务的研究现状及研究内容。

第二章对境外个人理财产品发展和设计进行阐述与分析。通过对国际个人理财产品发展历史的介绍，指出目前国内商业银行尚处在个人理财产品发展阶段的初期水平，需要大力发展。并介绍了境外商业银行个人理财产品设计所运用的生命周期理论和现代资产组合理论，以及银行理财产品设计中可运用的各种投资工具。

第三章具体分析了我国商业银行个人理财产品的发展与现状。对我国商业银行客户数量多、财富增长快、风险意识提高等特点进行逐一剖析，同时指出了我国商业银行在理财产品设计上存在产品单一、体系不完善、缺乏设计经验和完善的风险控制机制、缺乏合格理财专员等问题，以及这些问题对国内个人理财产品市场发展带来的阻碍。

第四章通过对国外商业银行个人理财产品市场的发展过程、交易原理、种类、风险控制的具体分析与说明，通过介绍汇丰银行（中国）有限公司的个人理财产品中的结构设计与风险控制方法，探讨国外商业银行个人理财产品的发展对我国商业银行的启示。

第五章是对我国商业银行个人理财产品市场创新与发展策略的建议：一是

进行银行、证券、保险多市场结合的理财产品设计。二是通过本地人才培养与海外人才引进的方式加快国内金融理财专门人才队伍的发展。三是加强产品设计和销售过程的风险控制,以保证我国商业银行在个人理财产品业务上,获得长足的发展。

论文的核心部分是通过介绍境外商业银行在理财产品设计中所运用到的交易原理与风险控制方法,提出我国商业银行在个人理财产品市场创新与发展策略的建议。该部分内容对我国商业银行科学地进行个人理财产品设计与风险控制具有实际指导意义。

关键词: 个人理财产品; 商业银行; 风险控制

## Abstract

With the development of economy in China, the assets of domestic inhabitants got increased quickly in the past years, especially on the growth of bank account balance and consumer price index (CPI). And at the same time, wealth management was accepted by Chinese, by which people hope their assets could be increased. Under this situation, more expectation is put on domestic commercial banks' financial products. For commercial banks, it is also a focus to get more benefit from financial products, which could bring more business from personal financial. Chinese commercial bank must study the shortage of product design and marketing development in current situation by comparing the experience and lesson from overseas commercial banks and using the advanced methods. The competitive power of commercial banks only can be increased by improving the level of design and the strategy of marketing development.

Chapter one is the briefing of the background and purpose of this paper. It shows the issues on personal products of current Chinese commercial bank and the present study contents in both domestic and abroad.

Chapter two explains the personal financial history and financial products design overseas. It is indicated that Chinese commercial banks is on the initial stage of personal financial products development, which should be improved. And commercial banks how to use different financial tools and the two key theories of personal financial products design (life cycle financial theory and financial asset portfolio optimization theory) to develop more products to match the needs of different level people.

Chapter three illustrates the current situation of Chinese commercial bank on financial products. The key points of China financial marketing are as below: huge customer number, quick growth of wealth and risk acknowledge improved. But these financial products have such issues as homogeneous, less experience, lack of design and risk control system, lack of professional financial peoples, and so on. Those issues hinder the growth of personal financial marketing development of commercial banks in China.

Chapter four not only introduces the development history of abroad

commercial banks on personal financial products, but also analyzes the deal principle and types of structure products and the risk control system's operation. By studying the methods of products design and risk control of HSBC China bank, this chapter discuss the lessons we could learn from the experience of commercial banks abroad.

Chapter five as the closing chapter introduces the suggestion after analyzing the current situation of China commercial banks on personal products. The first thing is to combine the three markets of securities, insurance and bank to develop products. Secondly, enlarge the professional person team by training local person and inviting experts abroad. Finally, enhance the risk control of products design and sales process to ensure the development of personal financial products in a long time.

The theme of the paper is to take the examples to introduce various products deal principle and risk control methods of commercial banks abroad and their applications and revelatory suggestions for China commercial banks on marketing development of personal financial products. These points may serve as a guide in the practice of the future personal financial products development for local commercial banks.

**Key words: personal financial product; commercial bank; risk control**



# 目 录

<b>第一章 导论 .....</b>	<b>1</b>
1.1 选题背景与意义 .....	1
1.2 国内外研究现状及研究内容 .....	2
<b>第二章 个人理财产品的发展和一般理论 .....</b>	<b>4</b>
2.1 个人理财业务的概念与内容 .....	4
2.2 个人理财产品的发展阶段 .....	5
2.3 个人理财产品设计中的一般理论 .....	5
2.4 个人理财产品设计中的投资工具 .....	7
<b>第三章 我国商业银行个人理财产品的发展与现状 .....</b>	<b>10</b>
3.1 我国商业银行个人理财产品的发展 .....	10
3.2 我国商业银行个人理财产品的现状 .....	11
<b>第四章 国外商业银行个人理财产品概述 .....</b>	<b>23</b>
4.1 国外个人理财产品的发展过程 .....	23
4.2 国外个人理财产品的交易原理 .....	24
4.3 汇丰银行个人理财产品的种类 .....	26
4.4 汇丰银行个人理财风险控制 .....	29
4.5 国外商业银行个人理财产品的发展对中国的启示 .....	33
<b>第五章 我国商业银行个人理财产品市场创新与发展策略 .....</b>	<b>36</b>
5.1 多市场投资渠道 .....	36
5.2 发展金融理财专门人才队伍 .....	40
5.3 风险控制 .....	41
<b>结束语 .....</b>	<b>45</b>
<b>附录：客户风险承受程度调查表 .....</b>	<b>47</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>48</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## Contents

<b>Chapter 1 Introduction.....</b>	<b>1</b>
1.1 Background and Purpose of this paper.....	1
1.2 Current Studying Contents of Domestic and Abroad .....	2
<b>Chapter 2 Development History and Common Theories of Personal Financial Products.....</b>	<b>4</b>
2.1 Concept and Content of Personal Financial.....	4
2.2 Develop Stages of Personal Financial Products.....	5
2.3 Theories Used in Personal Financial Products Design.....	5
2.4 Invest Tools Used in Personal Financial Products Design.....	7
<b>Chapter 3 Development History and Current Situation of China's Commercial Banks' Personal Financial Products.....</b>	<b>10</b>
3.1 Development History of China's Commercial Banks' Personal Financial Products.....	10
3.2 Current Situation of China's Commercial Banks Personal Financial Products .....	11
<b>Chapter 4 Introduction on Personal Financial Products of Abroad Commercial Banks.....</b>	<b>23</b>
4.1 Develop Stages of Personal Financial Products.....	23
4.2 Dealing Principles of Personal Financial Products.....	24
4.3 Analyze on Products Category of HSBC Personal Financial Business.....	26
4.4 Risk Control Methods of HSBC Personal Financial system.....	29
4.5 Revelation of Personal Financial Products for China's Commercial Banks from Abroad.....	33

<b>Chapter 5 Marketing Innovation and Develop Strategy of China's Commercial</b>	
<b>Banks' Personal Financial Products.....</b>	<b>36</b>
5.1 Multi-Marketing Development.....	36
5.2 Enlarge Professional Team of Personal Financial.....	40
5.3 Risk Control of Design and marketing.....	41
<b>Conclusions.....</b>	<b>45</b>
<b>Appendix: Customer Attitude to Risk Survey Form.....</b>	<b>47</b>
<b>Bibliography.....</b>	<b>48</b>

## 第一章 导论

### 1.1 选题背景与意义

#### 1.1.1 选题背景

随着市场经济的高度发展，中国的居民人均收入得到了很大的提高。我国居民的银行存款连续几年高幅度上升，截止到 2009 年 3 月份，中国居民储蓄存款总额达到 22.5 万亿元人民币。自 2008 年金融危机爆发以来，大多数居民都将投资于证券与房地产业的资金撤回到银行，以确保资金的安全。在这种情况下，居民对于银行相对稳健的理财产品的需求也变得越来越旺。同时，国内各商业银行如何利用这次存款回流的机遇，创造出更多的理财产品，以便留住这些资金，并获得相应的中间业务收益，也成为它们暗自较劲与努力的方向。在市场收益率下降、货币流动性逐渐增强的情况下，如何有效地利用储户存款资金进行投资、树立商业银行为理财银行的观念，也是各商业银行面对的课题。

和 2000 年以前商业银行产品的贫乏相比，虽然自 2006 年后各商业银行的理财产品的数量翻番增长，但其理财产品的同质性、单调性、无品牌性仍是当下公认的通病。主要表现在，其一，客户的资金往往随着某个银行产品的推出而在各个银行间流转，难以形成品牌重视感与产品信任感；其二，国内居民的理财意识是在近几年才逐渐形成与发展的，但从事个人理财业务的理财客户经理的数量却未能跟上，致使客户对商业银行的理财业务产生不信任，引发理财产品纠纷，使商业银行的声誉受损。

因此，不论是从居民财富增长的需要来看，还是就国内商业银行借助理财业务获取新利润点的迫切性而言，银行个人理财产品业务的创新与发展都是当前商业银行发展的当务之急。

#### 1.1.2 选题意义

在以往关于商业银行个人理财业务的研究中，大多都偏重于个人理财业务的发展史、个人理财业务渠道的拓宽、个人理财规划、理财经理培训的重要性

等方面,较少谈及商业银行个人理财产品的设计创新与风险控制。在笔者所阅读的 20 多篇文献中,有 75%是对个人理财业务的发展史的回顾与研究,剩余的少部分,则是对居民个人理财需求的研究与商业银行个人理财业务的营销策略研究。

基于国内商业银行个人理财产品的同质性高、竞争性弱的现状,本文将更多地研究个人理财产品的渊源、对发达国家商业银行个人理财产品与我国商业银行个人理财产品在设计以及销售方面进行比较,并提出国内商业银行个人理财产品发展的策略建议,以期对国内商业银行的个人理财产品创新与发展做出一些贡献。

## 1.2 国内外研究现状及研究内容

尽管国内目前个人理财业务发展迅猛,市面上相应的理财产品数量和种类看起来也相当繁多。但是从产品的本质性而言,国内商业银行个人理财业务的发展还存在许多空白,不论是从产品的单一性,还是从面向客户的个人理财经理对于产品理解的不到位,都反应了我国商业银行在个人理财产品的发展道路上还有一段较长的路需要走。国内商业银行应该多借鉴境外商业银行的发展经验,并利用有效的金融工具设计出适合国内居民理财需求的产品,从而对银行产品本身进行方向性改革,并获取新的利润增长点。

国外关于个人理财主要有两种理论:

一是费朗科·莫迪利安尼(美国)的生命周期理论,其主要观点是:支出取决于预期的终身收入。预期的终身收入取决于预期的工作年限和年劳动收入以及家庭财产。人们会在更长时间范围内计划他们的生活消费开支,以达到他们在整个生命周期内消费的最佳配置。

二是米尔顿·费里德曼(美国)的永久收入消费理论,其主要观点是:暂时消费与暂时收入无关,而由永久收入决定。永久收入是指消费者可以预计到的长期收入。

国内关于个人理财的研究主要是在国外研究的基础上进行拓展。

吕斌,李国秋在《个人理财:理论规划与实务》一书中的主要观点是:在年龄外,职业与收入对个人理财均有着较大影响,该如何选择合适自己的职业,

或者是否需要进行有效的创业来达到理财的目标。有效地运用理财观念,对个人税务、储蓄、信贷以及保险进行有效搭配,可以帮助个人实现各期的财务目标,直至完善的退休计划。刘旭光在“商业银行个人理财业务的风险管理”一文中的主要观点是:个人理财业务是商业银行等金融机构根据不同客户的金融需求,将客户关系管理、资金管理和投资组合管理等融合在一起形成的综合化、个性化、专业化的金融服务。理财业务的综合性决定了理财业务涉及产品和交易的多个层面,隐藏着多种形式的风险。对理财业务的风险控制必须进行有效的覆盖与全面跟踪,方可减少银行理财产品的损失与商业银行声誉的破坏。

## 第二章 个人理财产品的发展和一般理论

### 2.1 个人理财业务的概念与内容

根据中国金融教育发展基金会金融理财标准委员会（FPSCC）的定义：金融理财或个人财务规划是一种综合金融服务。专业的理财人员，通过分析和评估客户生活各方面的财务状况，明确客户的理财目标、最终帮助客户制定出合理的和可操作的理财方案。它包括：个人和家庭的生命周期每个阶段的资产和负债分析、现金流量预算与管理、个人风险管理与保险规划、投资规划、职业生涯规划、子女养育及教育规划、居住规划、退休规划、个人税务筹划与遗产规划等内容。<sup>①</sup>

众所周知，任何家庭的开支都是有计划性的。每月收入与支出的多少都有定数。而在支出方面，衣食住行占多少，娱乐休闲占多少，教育占多少，也都有一定的比例。因此，那些未消费掉的收入结余被用于储蓄或投资，以备今后的生活需要。尤其是储蓄，它对任何家庭都是不可或缺的。对中国家庭来说，由于对未来的生活缺少安全感，无论是疾病或者亲人亡故，还是降薪、失业或者投资亏损，都会给家庭的财产和生活带来巨大的冲击。因此一定要在财务安排上做好充分的风险防范。理财的目的不仅是让人们能够幸福地生活在当下，而且是帮助他们在未来漫长的人生道路上获得财务保障。

在个人理财业务发展的早期，人们通常把银行提供的个人金融服务等同于个人理财业务。但实际上，个人金融理财业务只是个人理财业务中的一小部分。个人理财业务是对各种个人金融产品与服务的整合。它在个人金融服务的基础上进行了扩展与延伸。个人理财业务旨在分析客户财务状况，针对客户的不同收入、年龄、家庭结构等，提供合适的理财方案，以帮助客户实现各阶段的财务目标。当然，在这个过程当中，金融理财产品是成就财务目标实现的必不可少的工具。

---

<sup>①</sup> 资料来源：《金融理财原理》中国金融教育发展基金会金融理财标准委员会编写，中信出版社，2007



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库